

IBIZA: CAPITALISMO EXTREMO E IDEOLOGÍA. UNA NUEVA PERSPECTIVA DE LA DESVIACIÓN JUVENIL Y EL RIESGO DE VACACIONES

Daniel BRIGGS

Universidad Europea de Madrid

Resumen: Los turistas británicos de clase trabajadora son famosos por las conductas desviadas y de riesgo que emprenden en sus periodos vacacionales en España. Sin embargo, pocas veces nos preguntamos a) cómo estas actitudes dirigidas a «emborracharse» se han generado y han evolucionado; y b) Qué papel/rol juega la localidad, así como el rol de los británicos que trabajan allí, en el proceso de construcción de este comportamiento. Basado en la investigación etnográfica, sostengo en este trabajo, que para muchos jóvenes británicos, la idea de emborracharse en vacaciones es un proceso de socialización que está influido de manera comercial y que normalmente se inicia a través del *Club 18-30* con paquetes vacacionales. A través de él, los jóvenes británicos aprenden lo que deben hacer en vacaciones —beber, consumir drogas, tener relaciones sexuales y practicar la violencia— y emprenden una «trayectoria vacacional» en la cual adquieren experiencias favorecidas por el mejor escenario, el templo de la experiencia vacacional: Ibiza. Es el «lugar para vivir, para estar» —a pesar de que muchos de ellos no saben muy bien por qué. Sostengo que se accede a esta experiencia vacacional a una edad cada vez más joven; es lo que estamos presenciando en la actualidad— una población de jóvenes británicos que está siendo cortejada por la promesa de adquisición de la condición social que puede provenir de ir a Ibiza, que está ideológicamente construida para ellos por empresas de marketing, operadores de viajes, compañías aéreas y los medios de comunicación. Tan bien funciona esta ideología, que cuando las personas llegan, están, por

tanto, familiarizados con lo que deben hacer —gastar el dinero que no tienen y participar en diversas conductas desviadas y de riesgo— sólo por motivos vacacionales, lejos de las rutinas y las responsabilidades del hogar y con la compañía de amigos que tienen las mismas ambiciones, creando así un escenario de excesos y consumo de extrema presión. Esto es lo que quiero argumentar con el denominado: «Capitalismo Extremo», un proceso estructurado para hacer dinero, que solo tiene en cuenta el beneficio y que opera sin contemplaciones; incluso si esto implica daños o tiene consecuencias personales y sociales. Un proceso mediante el cual se crea el impulso para las conductas desviadas y de riesgo de los jóvenes turistas británicos.

Summary: Working class British tourists are renowned for their deviant and risk behaviours when they go on holiday to Spain. However, there is almost no consideration for a) how these accelerated attitudes to «getting wasted» evolved; and b) the role of the resort, as well as the British people who work there, in the process of behavioural coercion. Based on ethnographic research, I argue in this paper that for many British youth, the idea of getting wasted on holiday is a socialised process which is commercially influenced which normally starts through Club 18-30 package holidays. There young Brits learn what they should be doing on holiday —drinking, taking drugs, having sex and engaging in violence— and here begins the «holiday career» where they start to learn of the pinnacle of the holiday experience: Ibiza. It is the «place to be» —even though many don't really know why. Some shortcut the holiday career at a younger age and this, I argue, is what we are currently witnessing— a population of younger Brits who are being wooed by the potential acquisition of social status which can come from going to Ibiza which is ideologically constructed for them by marketing companies, travel operators and flight companies and the media. So well functions this ideology, that when people arrive, they are therefore familiar with what they should be doing —spending money they don't have and engaging in various deviant and risk behaviours— only the holiday occasion, away from home routines and responsibilities and with friends who have ambitions for the same thing, means that the excess and consumption takes on a greater pressure. This is what I want to argue is called «capitalismo extremo», a money-making process concerned only with profit and which takes no prisoners; even if it means significant personal and social loss. It is this which is precisely what creates the impetus for the deviant and risk behaviours of young British tourists.

Palabras clave: Desviación; riesgo; vacaciones; juventud británica, España, Ibiza.

Key words: Deviance; risks; holiday; British youth; Spain; Ibiza.

Introducción

Los turistas británicos de clase trabajadora son famosos por sus conductas desviadas y de riesgo —alcoholismo, drogas, sexo casual y violencia— cuando vienen de vacaciones a España. De hecho, su comportamiento impacta en las comunidades locales españolas y ha atraído a una cantidad significativa de medios de comunicación, así como de gobiernos locales, e incluso el del nivel nacional, que mediante campañas de comunicación intentan prevenir/reducir dicha problemática recurrente. Sin embargo, la responsabilidad por estos comportamientos se ha puesto directamente sobre los propios turistas —es patológico— y apenas se han hecho consideraciones acerca de a) cómo se generan y evolucionan estas actitudes exacerbadas hacia un hedonismo tan exagerado; y b) el papel/rol que juega la localidad, así como el rol de los británicos que trabajan allí, en el proceso de construcción de este comportamiento. Utilizando los datos recogidos en tres años de investigación etnográfica en la zona turística de San Antonio en Ibiza, este trabajo profundiza en estas cuestiones planteadas.

Sostengo que para muchos jóvenes británicos, la idea de la participación en el consumo excesivo y el hedonismo de vacaciones es un proceso de socialización que se obtiene de la cultura popular y a menudo corre a cargo de su participación en la economía nocturna (NTE) de su país de origen, en el cual los fines de semana y sus vísperas, salen a beber, consumir drogas y participar en peleas. A partir de entonces, se bautizó por sus participantes con el nombre de *Club 18-30*, paquete vacacional dirigido a aquellos que están en la etapa final de la adolescencia. En estas fiestas organizadas, los jóvenes británicos aprenden lo que deben hacer en vacaciones —beber, consumir drogas, tener relaciones sexuales y protagonizar actos de violencia— y comienza la «trayectoria vacacional» de todos ellos, en la cual adquieren experiencias en el templo de la experiencia vacacional: Ibiza. Es el «lugar para vivir, para estar» —a pesar de que muchos de ellos no saben muy bien por qué. Sostengo que se accede a esta experiencia vacacional a una edad cada vez más joven; es lo que estamos presenciando en la actualidad— una población de jóvenes británicos que está siendo cortejada por la promesa de adquisición de la condición social que puede provenir de ir a Ibiza, que está ideológicamente construida para ellos por empresas de marketing, operadores de viajes, compañías aéreas y los medios de comunicación. Tan bien funciona esta ideología, que cuando las personas llegan, están, por tanto, suficientemente familiarizados con lo que deben hacer —gastar el dinero que no

tienen y participar en diversas conductas desviadas y de riesgo— sólo por motivos vacacionales, lejos de las rutinas y las responsabilidades del hogar y con amigos que tienen las mismas ambiciones, dirigiéndose hacia un escenario de excesos y consumo en el cual la presión es máxima. Esto significa que sus comportamientos se vuelven más extremos y bizarros. En ese sentido, los turistas británicos —en diversas etapas de su juventud— participan en lo que quiero llamar «Capitalismo Extremo»: un proceso dirigido a generar dinero para sacar provecho de los dispendios de los turistas, que tiene potencial para repercutir en los ámbitos personal, financiero y / o social.

Ofrezco mi conocimiento a través de la lente de un grupo de jóvenes británicos que conocí en Ibiza en 2011. Ellos nos demuestran y manifiestan como tienen un futuro de trabajo incierto, un compromiso para salir de fiesta los fines de semana y por lo general, la búsqueda de maneras de aliviar el aburrimiento (véase Briggs, 2013 para los detalles completos de la muestra y la metodología). Yo los llamo la tripulación Southside. Todos ellos tienen edades comprendidas entre 25 y 26, son de una ciudad costera en el Reino Unido y representan una muestra típica de los turistas británicos de clase trabajadora en el extranjero en centros turísticos como San Antonio.

Los turistas británicos en el extranjero: Los hechos

Al igual que sus homólogos europeos, los jóvenes turistas británicos se han beneficiado de tarifas aéreas internacionales económicas. Mientras que el sur de España y las Islas Baleares (Mallorca, Ibiza y Menorca) han sido populares desde hace décadas —años 70, 80 y 90— han surgido nuevos destinos turísticos que ahora se comercializan para el turista británico. Conocidos como «viajes combinados», comenzaron a ser populares y ayudaron a establecer nuevos transportes y un turismo de bajo coste, mientras que al mismo tiempo, se crearon paquetes competitivos vinculados con destinos ya clásicos, como el de las Islas Baleares. Sin embargo, principalmente en los últimos 20 años, muchos de estos destinos han desarrollado una reputación negativa vinculada con problemas sociales (Calafat et al., 2010). Aquí ofrezco una breve visión general del alcance de las conductas que se atribuyen en el contexto de Ibiza.

El alcance de las conductas desviadas y de riesgo entre los británicos en ibiza

Los datos más recientes sobre el nivel de conductas desviadas y de riesgo entre los turistas británicos provienen de investigadores de la universidad John Moores de Liverpool. La encuesta de 1.022 turistas británicos, entre 16-35 años realizada en los aeropuertos de las islas Baleares de Mallorca e Ibiza, pone de manifiesto que más de la mitad de ellos se emborracho cinco días a la semana o más (52%); un porcentaje similar (54%) reportaron haber usado drogas y en torno a un quinta parte, haber tenido relaciones sexuales sin protección (20%) con diferentes parejas (15%) durante sus vacaciones en Ibiza. Una tercera parte de los visitantes de Ibiza eran consumidores actuales de éxtasis (34%) y consumidores de cocaína (34%). En efecto, mientras que sólo el 2,4% de los consumidores de éxtasis de la muestra, dice haber consumido la droga dos o más veces por semana en casa, durante las vacaciones nueve de cada diez usuarios manifestaron su consumo con una frecuencia del 46.7 %, cinco o más días por semana. De hecho, en comparación con los turistas alemanes y españoles, los británicos consumen más sustancias ilegales cuando están de vacaciones que cuando están en casa (Calafat et al., 2010).

Desde entonces se han llevado a cabo algunas investigaciones de tipo cualitativo y aquí es donde comenzaron algunos de mis trabajos. En 2010, dirigí un equipo de cuatro investigadores enfocado a entender y profundizar en las borracheras de los turistas británicos en San Antonio, Ibiza. Durante esta incursión, se encontró que el consumo excesivo de alcohol se ha instaurado socialmente como parte de las aspiraciones o ideales de vacaciones de varios grupos del mismo sexo de los jóvenes turistas británicos, pero que también esto se ha visto respaldado por la puesta en práctica de estrategias agresivas, ejercidas por participantes en el contexto social en diversas actividades de marketing, como los representantes, los trabajadores / propietarios de los bares, etc, que han empujado a los jóvenes a acceder a aquel marco de comportamiento. Al año siguiente, en 2011, cuando conocí a la tripulación Southside, documenté el papel de los otros actores del escenario social —trabajadores de relaciones públicas, strippers, lapdancers (baile del regazo), prostitutas; al tiempo que aumentaron mis conocimientos sobre los turistas británicos. En esa dirección, hemos encontrado que la desviación y el peligro también surge en el contexto de las prácticas sexuales de riesgo, el consumo de drogas y alcohol, como consecuencia de la «mercantilización» del sexo, las drogas y las bebidas alcohólicas, que era frecuente tanto en las motivaciones de los turistas británicos, como en el discurso de

los trabajadores ocasionales, los promotores de los clubs y en general, en el paisaje de San Antonio¹.

El atractivo de las vacaciones, como una forma de ocio de riesgo continuo, se ha documentado recientemente a través del aumento del número de trabajadores ocasionales británicos. Si bien hay cierta ambigüedad adjunta a si son «turistas», sólo puedo concluir que se trata de una prolongación de las vacaciones, porque a menudo los trabajadores no mantienen el mismo trabajo con la misma empresa / jefe por mucho tiempo y no es un trabajo permanente ni pretende ser una carrera a largo plazo. O'Reilly (2000: 113) llamaría a estas personas «turistas residenciales» donde «la falta de trabajo se celebra y la distinción trabajo-ocio es borrosa». De hecho, esto se refleja en los estudios cuantitativos que revelan que estos trabajadores tienen incluso más probabilidades de estar usando drogas, y que consideran que en su caso, hacerlo, es más seguro que cuando los involucrados son los turistas británicos (Hughes et al., 2004). Al igual que los turistas, los trabajadores eventuales tienen dificultades para defenderse de la tentación de fiesta —probablemente porque se les ha dicho que es parte de su trabajo para estimular el ambiente de fiesta y alentar la consumición, juegos e insinuaciones sexuales, así como la desviación en general (Guerrier y Adib, 2003). La investigación reciente en Ibiza ha encontrado que esta población británica en particular, es más propensa a tomar medicamentos, a tomar más riesgos con el sexo, sin protección o con múltiples parejas, y que han accedido a los servicios de asistencia sanitaria en el extranjero en mayor proporción que los turistas (Kelly, 2011). Me referiré ahora a las circunstancias de fondo de la tripulación Southside examinando cómo su perspectiva cultural —o *habitus* (Bourdieu, 1984)— ha llegado a ser moldeada con el tiempo por el capitalismo de consumo.

Viajando a Ibiza: Vida familiar y despliegue publicitario de vacaciones

Autor: *¿A qué es a lo que os dedicáis en el Reino Unido?*

Jay: *A la construcción.*

Streetfighter: *Acabo de dejar el ejército por lo que estoy muy estresada. Vengo del campo de batalla, de ver cómo la gente muere, estoy muy estresada.*

¹ Para un análisis similar de la construcción espacial de las relaciones de género en el contexto de los turistas británicos ver Andrews (2008).

Jay: *Por eso tenemos que tener diversión, amigo. Por eso, si él no se divierte, yo no me divierto. Y estamos de vacaciones. Si yo tengo £100 y ellos no tienen nada, lo voy a dividir.*

Autor: *Así es. [Para Popeye] ¿Qué es lo que haces en casa?*

Popeye: *Trabajos de construcción.*

C-Dawg: *Sí, yo también.*

Jay: *Todos hacemos el mismo tipo de cosas.*

Popeye: *Nosotros somos escoria [por debajo de la cadena social].*

Comentan que su trabajo es «aburrido». Luego, se trasluce que todos tienen antecedentes penales y han pasado un periodo significativo de su juventud en los NTE locales de fin de semana, bebiendo en exceso, tomando y vendiendo drogas, y metiéndose en peleas. Más adelante en la entrevista:

Jay: *Sí, todos estamos acostumbrados a aplastar droga. Cuando tenía 18 años, yo estaba metido en ella sin parar. Muy propio de la situación. Durante todo un fin de semana, te mantenía vivo. Digamos que de viernes a domingo por la noche, sería un no parar y se podía beber más.*

Streetfighter: *Es cierto.*

Jay: *Si quieres la verdad, esto es lo que hacemos. No te mentiría. Yo, él [Streetfighter] y mi compañero en tres horas, nos terminamos 21 gramos de coca [cocaína].*

Autor: *¿Valió la pena?*

Jay: *Fácilmente, a pesar de que era una gran mierda, fácilmente alcanzaría las 1000 libras esterlinas*

Popeye: *Fui a la cárcel por su venta. Esa es la razón por las que no las he tocado. Empecé hace dos años y no voy a probarlas porque he perdido mucho a causa de las drogas. Te jode, compañero.*

Las experiencias de la tripulación Southside descritas aquí, son similares a muchas otras en mi muestra de jóvenes británicos de clase trabajadora que van a Ibiza. Muchos reflexionan sobre su crecimiento y reflejan estar familiarizados desde temprana edad con la bebida, las drogas, el consumo de ellas y, en algunos casos, con el tráfico de las mismas. Los que tienen trabajo, tienden a describirlo como tedioso y mundano, mientras que otros sobreviven más por

actividades temporales y poco seguras (Standing, 2011) mezclándose con actividades ilícitas como la delincuencia (Hall et al., 2008). Hasta cierto punto, la búsqueda de la transgresión evoluciona desde estas posiciones iniciales, ya que parece ser mucho más una atracción para emborracharse y/o «vivir para el fin de semana», quizás siendo arrestado y/o participando en comportamientos desviados y conductas de riesgo.

Es, por lo tanto, importante reconocer que estas prácticas desviadas y de riesgo ya están incrustadas en su *habitus* (Bourdieu, 1984) y esto, en cierta medida, influye en lo que hacen en vacaciones, porque es lo que han llegado a conocer en su tiempo libre. Sin embargo, son estos elementos de su *habitus* los que han sido moldeados a través del tiempo —y cada vez se forman más— la deslegitimación del esfuerzo y el trabajo, aderezado por una comercialización agresiva de su tiempo de ocio y la importancia desmesurada de la sociedad de consumo (Hayward y Hobbs, 2007). Es este marco socio-cultural estructural, el que los ciega con una fina película de fantasía ideológica sobre cómo deben disfrutar de su tiempo libre —emborrachándose, y/o consumiendo drogas los fines de semana, y participando en comportamientos desviados y de riesgo en lugares como Ibiza— y esto es lo que ha venido a estructurar algunas bases de lo que deben hacer cuando se van de vacaciones en el extranjero.

La construcción de Ibiza: La carrera por las vacaciones y la estratificación del estatus

Streetfighter: *La gente dice que en Magaluf hay mucha promiscuidad [mujeres fáciles] y son fáciles de conseguir.*

Autor: *¿Lo son?*

Streetfighter: *Sí, pero la gente dice que «los pájaros» (chicas) son de [buena] calidad en Ibiza.*

Jay: *Nah.*

Autor: *¿No?*

Jay: *Cierto, un amigo mío que ha estado aquí [a Ibiza], tenía un pájaro [Chica] pero fue a Magaluf y ahí tuvo seis en siete noches.*

[Hace una pausa, como si él me quisiera mostrar esta hazaña]

Autor: *[En un tono de incredulidad] ¿Seis chicas en siete noches?!*

Jay: *Eso es mucho mejor compañero, sin duda.*

Popeye: *Si te esfuerzas, lo sacas adelante.*

Jay: *Sí, y te aseguro que él se esfuerza, te lo garantizo.*

Popeye: *Pero los pájaros son como la clase alta aquí.*

Jay: *Si, no son tan fáciles.*

Popeye: *Mucho más respetables, amigo.*

Jay: *Es un desenfreno, compañero. Ponerse hasta las trancas es MESSY. «Vamos muchachos, alcohol, alcohol, boom, boom» [imita como si derribara algo a tiros].*

Streetfighter: *En Magaluf, es como el maldito día de fiesta del hombre barato. (de clase baja)*

Jay: *Sí, es MESSY, desordenado.*

C-Dawg: *En realidad no conozco Magaluf.*

Streetfighter: *Magaluf es la parte asequible pero Ibiza es de clase más alta.*

La tripulación Southside plantea una serie de cuestiones interesantes aquí. En primer lugar, se discute la forma en que los diferentes destinos turísticos están poblados por, como ellos lo ven, una cierta «clase» de individuo; Magaluf en Mallorca, dicen, tiene una cohorte diferente de los que van a Ibiza. Pero Ibiza es diferente porque hay supuestamente «mujeres de calidad» que son «clase alta». Además, lo que el equipo de Southside quizá no reconoce —parece estar describiendo— son a grupos de jóvenes mujeres británicas del mismo estrato y clase social que son más experimentadas en el circuito de las vacaciones; algunas de los cuales han tenido encuentros con hombres y son, en consecuencia, menos próximas a los avances que manifiestan los hombres. Esto no invalida sus planteamientos sinceros de cara a sus conquistas sexuales, sino el hecho del pensar que las mujeres «son más fáciles», dice algo acerca de cómo los jóvenes varones británicos perciben a las mujeres. Pero sobre lo que quiero llamar la atención aquí es sobre el hecho de que la tripulación Southside parece estar acumulando una especie de experiencia vital en estos «centros de vacaciones».

Desde la post-guerra, las vacaciones para la clase obrera británica se han construido como un tiempo para establecer más ocasiones de contacto social, de celebración, hedonismo y participación en el consumo excesivo. Esto ha ocurrido con la llegada del turismo de masas y la comercialización de los destinos turísticos. Una característica común que se desarrolló a partir de este, fue el viaje combinado que ayudó a proporcionar todo aquello que las clases trabajadoras podrían necesitar cuando se fueran de vacaciones. Hoy en día, existe esta forma de turismo en lo que se llama Club 18-30 o Twenties —empresas con paquetes turísticos especializadas en vacaciones para los jóvenes. La tripulación Southside y otras que he considerado en mi muestra parecen estar adoctrinadas en el consumo excesivo durante las vacaciones, ya que son persuadidos por las empresas y sus trabajadores para comprar entradas para los «bar crawls» y «fiestas en barcos» que fomentan las conductas desviadas y de riesgo. A medida que maduran, sin embargo, y se dan cuenta de que los jóvenes de «clase baja» y sin experiencia están en aquellos lugares en los que anteriormente estuvieron ellos (como Magaluf), buscan / oyen hablar de otros lugares que son similares en su orientación, donde pueden hacer exactamente lo mismo pero sin la multitud de jóvenes sin experiencia. Si no han oído hablar de Ibiza gracias a la publicidad agresiva de la isla, o a través de la cultura popular, llegan a conocerla a través de este circuito de vacaciones.

Sin embargo, el número de turistas en Ibiza están cayendo debido a la mayor competencia con otros nuevos destinos turísticos de Europa, por lo que durante los últimos diez años las grandes compañías, expertos en marketing, empresarios comerciales, la industria de la música y los Superclubs, han comercializado desenfrenadamente Ibiza como el «place to be». Esto ha atraído a una multitud británica más joven que no han acumulado la misma experiencia de vacaciones como la tripulación Southside (Briggs, 2013). En consecuencia, no llegan sabiendo lo que se espera de ellos y aprenden de manera tortuosa —a menudo mostrando muchas dudas en su comportamiento y participando en conductas desviadas y de riesgo con consecuencias graves. Ibiza es uno de esos lugares que atribuye un estatus social al que muchos aspiran. El llamado «goin' Ibiza». Sin embargo, para la mayoría, una vez que han estado en Ibiza, surge la intención de volver, pues descubren que hay otros niveles de estatus ideológico y social, que les lleva a preguntarse si tendrán el suficiente dinero para volver. Muchos de estos británicos de clase trabajadora, tratan de ascender en la escala social provocando un cierto nivel de envidia social, sustentada en el hecho de haber estado en Ibiza. El lado comercial y cultural de cómo este proceso se lleva a cabo, se explora

más adelante, pero por ahora quiero presentarles esta jerarquía. La búsqueda de este estatus ideológico, en mi hipótesis, en parte ayuda a crear una población rotativa de turistas británicos que no solo hablan de Ibiza, lo que contribuye a la ideología comercial y social de la isla, sino que también quieren volver de nuevo a sus playas.

*«Puedes ser quien deseas ser, hacer lo que quieres hacer»:
identidad y falta de libertad*

Jay: *Así es como funciona en Magaluf, compañero, no podemos recordar el primer día. Pero eso no es lo que ha sucedido en Ibiza, pues yo pensaba que estaría más minging [borracho] para este momento, porque él y yo [Streetfighter], en realidad no bebemos cuando estamos en casa.*

Streetfighter: *Eso es porque tengo novia.*

Autor: *¿Tienes novia?*

Streetfighter: *Y un niño [hijo] en el camino, amigo.*

Autor: *Ya veo.*

Streetfighter: *Pero yo estoy sexualmente frustrado, amigo*

Jay: *Sí, idiota frustrado sexualmente!*

[Todos ríen]

Popeye: *Tengo novia...*

Streetfighter: *Pero amigo, [agarra mi brazo], lo que sucede en vacaciones, estando de vacaciones [nadie le dice a nadie lo que sucede mientras estás de vacaciones]... Pero estoy lejos, tengo que follar. Si no tengo sexo en estas vacaciones me voy a volver más frustrado, más enojado.*

Popeye: *En serio, tu novia está embarazada.*

Streetfighter: *Pero tú no consigues follar cuando tu chica está embarazada.*

Popeye: *Por eso creo que es terrible [Pasa una chica en bikini] Cor, fíjate en sus tetas.*

La tripulación Southside plantea algunas cuestiones importantes aquí respecto a la forma en que las vacaciones marcan un cambio en la identidad. En primer lugar, Streetfighter, en particular, siente que finalmente puede hacer lo que quiere hacer, porque él cree que es «libre» en un escenario diseñado para su libertad. En segundo lugar, y aparte del hecho de que no pueden recordar el primer día de las últimas vacaciones porque estaban borrachos, la fiesta se construye con tiempo para hacer las cosas que ellos sienten que se estaban perdiendo, así como las cosas que no pueden hacer en casa. La verdad, es que ellos están haciendo exactamente las mismas cosas que hacen en casa, pero de una manera más exagerada. Por último, para Streetfighter, las vacaciones —y lo que él hace en ellas— no ejercen ninguna reflexión sobre lo que hace en casa y sobre el bebé que pronto nacerá; hay también una determinación clara en su tono de aprovechar este momento porque nadie sabe quién es y no hay repercusiones evidentes en su comportamiento.

Para los jóvenes británicos turistas las vacaciones significan un desacoplamiento de las restricciones percibidas en la vida familiar cotidiana, de las rutinas y responsabilidades. Lo primero que hacen (la mayoría de ellos) es crear un impulso inmediato para iniciar conductas y prácticas que normalmente deberían hacer los fines de semana por defecto, que son: emborracharse, drogarse y participar en acciones lúdicas cargadas de riesgo y conductas desviadas. Sin embargo, la gente de mi investigación está tratando de maximizar sus experiencias en el poco tiempo que tienen para hacerlo —no pueden venir de nuevo por lo que la ocasión debe ser aprovechada tanto como sea posible. Por lo tanto, es la excitación que produce esta percepción de «liberación», aumentada por una dinámica de grupo que apoya la rebelión, y una intención subjetiva de autorecompensa e indulgencia, la que hace que el momento esté marcada mayormente por el consumo excesivo en el reino del *hiperconsumo*.

Si bien esto es debido a Ibiza en parte, territorio que se representa comercialmente como un lugar donde uno puede participar en estos comportamientos y vendido como (una zona en la cual no existen repercusiones visibles de los comportamientos), la otra cara es que esta disociación significa que las personas son cada vez más propensas a probar cosas que no harían normalmente en los lugares que se construyen ya sea de forma desconocida (es un país extranjero y un avión les ha llevado hasta allí) o como familiar (ya que han llegado a conocer lo que se espera de ellos y se encuentran en un entorno que refleja el hogar simbolismo NTE tales como bares, discotecas y restaurantes de marcas como KFC). Una nueva permisividad se construye alrededor del anonimato por lo que no ven un reflejo directo

de lo que hacen como «malo» porque todo el mundo que les rodea, incluyendo sus «amigos» (y amigos de amigos), están haciendo lo mismo / cosas semejantes —hay poca presión para que se adhieran a su comportamiento todos los días de vuelta a casa. Esto es especialmente cierto cuando el contexto social está ofreciendo a estos turistas una «buena vida» que les ha llegado a resultar tan familiar (Hayward y Hobbs, 2007; Hall et al, 2008.). Ahí están los conocidos nombres de pub, bares, restaurantes de comida para llevar, que refleja lo que Billig (1995) denomina «nacionalismo banal» mediante el cual las representaciones cotidianas de la nación construyen un sentido imaginario de solidaridad nacional y de pertenencia. Es, por lo tanto, esta transición de identidad de casa a las vacaciones, que lleva a las sensaciones subjetivas del individuo (hacia) esta nueva permisividad.

En el nuevo territorio de la localidad, gente como la tripulación Southside piensa que son liberados y que sus comportamientos representan la «libertad» y la «discordancia»; pero por lo que puedo ver, sólo representan formas exageradas de consumo o hiperconsumo que normalmente tienen lugar en el hogar. Incluso las extensiones de estos comportamientos en reinos muy impredecibles (intentar y experimentar con la desviación y la asunción de riesgos) simbolizan esfuerzos por escapar de la falta de libertad y la conformidad —siendo este su compromiso de romper con el estilo de vida de los consumidores y la forma en que están unidos mediante la reproducción de las mismas prácticas típicamente llevado a cabo en una noche de vuelta a casa (Briggs, 2013). En una línea similar, porque mucho de lo que está pasando alrededor de ellos es el «mismo tipo de cosas», en «el mismo tipo de lugares», con la «misma clase de gente» y todo el mundo alrededor está usando «tipos similares de ropa», se solicitan aventuras subjetivas para reclamar la devolución de la «individualidad» que pueden cosechar elogio social, así como la ontología individual. Estos son elementos adicionales a considerar en el proceso de participación en la desviación extrema y comportamientos de riesgo; es el acto de fe en lo desconocido que, para algunos, se convierte en legendario, pero para otros, puede ir muy mal porque se lesionan, hieren o causan daño a otros. Estos elementos son importantes de reconocer, ya que, al otro lado de estas transiciones subjetivas, es la forma en que el contexto social —San Antonio, Ibiza— ha sido diseñado comercialmente para obligarlos a la desviación y las conductas de riesgo. Por tanto, el recurso actúa como catalizador de las conductas.

La economía política: El consumismo y la mercantilización de todo

Autor: *¿Así que vosotros dos habéis estado ya en San Antonio [Jay y Streetfighter]?*

Streetfighter: *¡Mismo hotel, el mismo lugar, San Antonio!*

Autor: *Eso es interesante porque algunas personas dicen que Ibiza es la última, la definitiva y que otras vacaciones facilitan un paso hacia Ibiza. Pero hay personas que vienen de vuelta aquí, año tras año.*

Jay: *Es el nombre [la marca].*

Streetfighter: *Amigo, yo siempre volveré a Ibiza cada año. Eso es por lo mucho que me encanta. Los clubes, ¿sí? En Southside [en casa], sí, el club llamado el Reino. Todos los mejores DJs de Radio 1 se reducen. Drum and Base en una habitación y Van Dyke y todo eso y es exactamente como Ibiza, pero Ibiza es como miles de personas, pero como Southside es como mil.*

Autor: *Así es como lo último.*

Streetfighter: *Es un paraíso para el clubber. Si te gusta el trance, dance, jodidamente me encanta.*

Popeye: *Lo odio.*

Streetfighter: *Sí, a él no le gusta [a Popeye], no se acerca a ellos dos [C-Dawg y Jay].*

C-Dawg: *R & B.*

Jay: *Sí R & B.*

Popeye: *Todo el día.*

Streetfighter: *Cualquier día, amigo. Yo y él [a Jay como para asegurar un punto en común].*

Autor: *¿Qué es lo que hacéis cuando no estáis en los clubes?*

Popeye: *Prefiero estar en la piscina e ir a los clubes pequeños, para ser honesto contigo.*

Jay: *Somos amigos y las risas están aseguradas [como para tratar de unir a grupos de intereses distintos].*

Las tensiones en las agendas de vacaciones individuales son importantes aquí porque ellos llegan juntos cuando la tripulación Southside llega bebida al West End de San Antonio, se separan. Sin embargo, deseo puntualizar que y como demuestra la tripulación de Southside, Ibiza ahora existe más allá de su reputación underground de la música dance / house (que ahora es más conocida que nunca). Como he señalado anteriormente, algunos turistas británicos no pueden encontrar las razones que les llevan a seleccionar Ibiza para sus vacaciones; algunos dicen que es debido a «su nombre» o porque es el lugar en el que se debe estar, pero apenas pueden ofrecer otras razones. Si bien puede haber alguna lealtad a la música, los superclubs o las discotecas de Ibiza, más que nunca, la gente siente que debe ir, decir que ha ido, y experimentar la necesidad de hacerlo como parte de la vida. ¿Cómo se ha llegado a creer en esto? Durante los últimos diez años de inmersión estratégica en Ibiza, los medios de comunicación, la cultura y las historias de celebridades se han unido a su mercantilización desenfrenada. También se ha producido la mercantilización y la transformación comercial de sus centros turísticos y Superclubs, y el desarrollo de exclusivos hoteles y clubes de playa. Sin embargo, la infraestructura de la isla —la salud, la justicia penal, y en algunos aspectos del turismo (Bellis y Hughes, 2008)— es lamentablemente insuficiente para apoyar este desarrollo y la demanda en Ibiza. En consecuencia, donde falla la economía formal, avanza la economía informal (vendedores de drogas, los taxis ilegales, etc). De hecho, los turistas británicos y los trabajadores eventuales tienen un papel que desempeñar a este respecto, ya que muchos llegan a pensar que pueden conseguir trabajo, pero sin embargo no lo consiguen y terminan vendiendo drogas para tener un salario.

Estos avances y cambios comerciales y mercantilizados han ocurrido a la par que el número de turistas de Ibiza ha empezado a disminuir; en parte, debido a su imagen de «drogas y crimen» pero también por el aumento de la competencia dado que ahora cuenta con otros destinos turísticos emergentes que ofrecen el mismo tipo de cosas (música, ir de discotecas, el sol, el mar, etc). Con el número de turistas en negativo y la lucha contra el problema de imagen, las corporaciones y los empresarios de marketing, las autoridades locales, los Superclubs y, quizás más a regañadientes, muchos miembros de la comunidad local que trabajan en la industria del turismo en la isla se enfrentan más que nunca a un dilema. Deben asegurarse de que los visitantes que vienen maximizan su gasto en el corto tiempo de estancia. Además, debido a que la economía de Ibiza depende tanto del turismo, ello implica que los elementos

principales de cómo esto tiene que suceder deben tener lugar en los Superclubs, en el West End (la zona dedicada al consumo de alcohol, comida, drogas, etc., de San Antonio), hoteles privados / clubes de playa como el Ibiza Rocks y Ushuaia, y en los cruceros de bebidas alcohólicas. Por lo tanto, estas instituciones turísticas y foros deben permitir conductas desviadas y de riesgo porque son consecuencia del gasto de los turistas británicos (y de otras nacionalidades).

Y aquí es donde la ideología funciona porque esta cohorte de jóvenes británicos de la clase trabajadora ha llegado a creer que las mejores experiencias vienen con el hecho de gastar dinero – incluso si como consecuencia de ello, terminan en el hospital. Por ello, estas instituciones y foros turísticos introducen diferentes tarifas VIP y crean nuevos espacios en los que las personas sienten que necesitan ser vistos sólo para poder contarle de vuelta a casa. Lo que estoy describiendo aquí es una mercantilización espacial de estratificación de estado (cómo el espacio y el «estatus social» se convierten de manera intrínseca para obtener poder). Son estos elementos los que ayudan a impulsar a los turistas británicos al *hiperconsumo* y hacerles sentir que necesitan volver al año siguiente para alcanzar un estatus más alto por el simple hecho de gastar más dinero. Ellos quieren ir a los supuestamente «mejores» lugares que requieren tener «más dinero» y es aquí donde las corporaciones globales, expertos comerciales y de marketing ganan. Estas instituciones sólo se preocupan de generar dinero con los turistas británicos y no están preocupados por si se dañan en modo alguno como consecuencia de su exceso de intoxicación.

Capitalismo extremo: La toma de riesgos y la desviación en el contexto

Después de que se nos hayan acercado nada menos que seis diferentes trabajadores eventuales con ofertas para los cruceros de bebidas alcohólicas, bares y clubes, salimos del bar alrededor de las 16:45 y eso me permite continuar con la grabación. Caminamos lentamente en pareja por la calle distraídos por diferentes mujeres atractivas que tratan de meternos en los bares o de vendernos entradas para ayudar a dar forma a nuestra «noche». A medida que el sol rebota en nuestros cuerpos semidesnudos, Jay practica sus técnicas de kickboxing en mí y me muestra los métodos para matar gente.

Luego, Streetfighter susurra en mi oído acerca de cómo se «jala las mujeres», diciendo de una mujer PR que él «se la follaría en su apartamento». «Encanto», responde ella. Sin embargo, sus avances contundentes tienen poco éxito:

Jay: *Buen culo [inferior].*

[Las niñas pasando por el paseo contoneándose]

Streetfighter: *[Para mí] Mate, usted tiene que empujar [enfoque] las aves aquí.*

[Una mujer PR se acerca a nosotros]

PR mujer: *Hola chicos sólo queremos hacerle saber lo que pasa el jueves... [reparte folletos para una pre-party «crucero de bebidas alcohólicas»]*

Streetfighter: *Bonita cara. Guapa.*

Jay: *¿Entonces a nuestro hotel para la fiesta?*

Streetfighter: *Voy a ponerte hasta arriba, te follaré de todas las formas posibles.*

PR mujer: *EuGH, eso es asqueroso.*

[Todos se ríen mientras Streetfighter sigue siendo contundente acerca de la oferta]

Aquí sigue la primera noche de vacaciones de la tripulación Southside en San Antonio. Todos los datos presentados hasta ahora han sido obtenidos del discurso de las reuniones de grupo. Ellos ahora están libres en el contexto social de San Antonio y listos para continuar la fiesta. De este modo, y como este breve resumen muestra, sus intenciones y fetiches ocultos en conjunto con el bombardeo implacable de ofertas para ayudar a dar forma a su noche y su día de fiesta en general —todo el cual implican gastar dinero, beber, tomar drogas y se venden con la ideología y la promesa de sexo (Andrews, 2008). Esa noche, que es su primera, todos borrachos y drogados: Streetfighter tiene relaciones sexuales con dos prostitutas; Jay pierde a sus amigos y termina caminando de vuelta al hotel solo; C-Dawg pierde el grupo y acaba bebiendo en un bar mientras que Popeye se deja llevar por algunos otros amigos que él conoce. El grupo se separa debido a que tienen diferentes concepciones de lo que quieren

de una noche de fiesta y la barra libre del West End ha sido diseñada para satisfacer todos sus fetiches salvajes. Estoy diciendo que sus actitudes para un día de fiesta están persistentemente coaccionadas por los elementos comerciales y mercantilizados del contexto social, lo que resulta en actividades irregulares y de riesgo— la gente se acerca a ellos continuamente ofreciéndoles sexo, drogas y bebidas en oferta.

La tripulación Southside y otros de mi muestra están participando en el capitalismo extremo —un proceso sublime para hacer dinero dirigido por las corporaciones globales, empresarios comerciales, organizaciones turísticas que ideológicamente hacen que los turistas creen que deben «aprovechar el momento», «vivir el sueño» y participar en el consumo excesivo, la desviación y el riesgo— todo a costa de ellos mismos. Esto es evidente en la forma en que muchos turistas británicos de la clase trabajadora han llegado a creer que lo que hacen durante las vacaciones es lo que se espera de ellos —porque ellos aprenden estos comportamientos en el hogar y a través de la cultura popular— tanto como la forma en que el complejo, y todos sus jugadores, ayuda en aquellas construcciones y los obliga a estos comportamientos, ofreciéndoles la oportunidad de consumir drogas, beber en exceso y tener sexo. El capitalismo extremo toma prisioneros, ya que se refiere únicamente a exagerar las actitudes de los turistas en sus vacaciones para obtener beneficios —incluso si esto significa la pérdida personal, financiera y / o social significativa. Sin saberlo, muchos turistas británicos participan en este sistema social, que a menudo los deja sin dinero y perjudicados; sin embargo, esto no parece importarles mucho. Ello se debe a su *habitus* (Bourdieu, 1984) y la ontología ya están preestablecidas en la reproducción de tipos similares de comportamientos de vuelta a casa (Hayward y Hobbs, 2007; Hall et al., 2008). Así que cuando lo hacen en el extranjero se producen de manera exagerada y / o aguda, que significa que son aún más agradables aunque puedan parecer desde el exterior extraños y extremos. Por lo tanto, los comportamientos, e incluso algunas de sus burdas consecuencias, se construyen como algo real que se puede decir de vuelta a casa, que son por lo tanto una medida que se dibuja por-producto de un condicionamiento social ideológico de estar en un período de tiempo en el consumo excesivo, la desviación y la asunción de riesgos por las poderosas corporaciones, empresarios comerciales y turísticos de las empresas / organizaciones. Y a pesar de todo esto, muchas veces vuelven a hacer lo mismo al próximo año.

De vuelta a casa... Sólo para volver a salir

Estoy sentado en un pub local bebiendo con Streetfighter y Jay. Mientras nos terminamos nuestras cervezas, sus vacaciones en Ibiza se convierten en el punto central de la conversación:

Streetfighter: *Fue hace un año y ahora lo estoy superando [las vacaciones]. El último día, tenía muchas ganas continuar en esta puta estancia. Quiero decir, estaba camino de la playa para dormir y encontrar un puto trabajo; Yo no me quería ir.*

Jay: *Si no tuviera una familia, yo estaría allí cada año. Mierda joder. Tiene que estar hecho.*

Autor: *¿Pero por qué?*

Streetfighter: *Porque eso es libertad. No hay nadie que te diga lo que tienes que hacer. No hay presiones o tensiones de trabajo o de la vida que llevas. La persona que ves ahí fuera, no es la persona que tu verás el resto de tu vida.*

Durante las copas, la noche, llena de acontecimientos, se confirma como algo que ha pasado a la historia: una historia desde hace muchos años. Más adelante en la conversación:

Streetfighter: *¿Buenas noches? Era así porque me cago en mí mismo [risas] y me la chuparon [sexo oral] unas prostitutas.*

[Todos ríen]

Autor: *¿Eso es lo mejor o lo peor?*

Streetfighter: *¡Lo mejor! Lo peor fue volver a casa!*

En una conversación un año después de sus vacaciones en Ibiza, la tripulación Southside puede recordar claramente sus «grandes momentos». De este modo, se confirma la percepción de que lo que experimentaron en Ibiza —como para muchos británicos en otros lugares vacacionales— fue una especie de «libertad». Mi argumento es que esto es, de hecho, una falta de libertad debido a la forma en la que ellos reproducen lo que han venido aprendiendo de vuelta a casa en la NTE del Reino Unido, a través de la cultura popular y los medios de comunicación, así como en otras vacaciones. Para la mayoría, los sentimientos generados por la vuelta a la vida familiar son agrios y absolutamente aburridos, y esto es evidente al manifestar que se quieren quedar y que, a pesar de todo —incluso el momento más bizarro de las vacaciones cuando Streetfighter estaba con

prostitutas —la sensación de volver a casa era más deprimente. La vida perfecta que se imaginan es aquella sin las presiones familiares, donde pueden participar en este tipo de hedonismo en el día a día.

¿Por qué se sienten así cuando vuelven a casa? Creo que la vuelta a casa produce una esquizofrenia en uno mismo: es decir, cómo, en el transcurso de las vacaciones, una autodeconstrucción gradual —una especie de «emic» y evaluación reflexiva de sí mismo que tiene lugar a medida que están desquiciados de la vida familiar, mientras que, al mismo tiempo abrazan la vida de las vacaciones y los paisajes de ensueño del West End, el Superclubs y clubes de playa. Esta inversión refuerza la identidad de lo mundano percibida como vida «normal», pero también, al mismo tiempo, exagera la falsa felicidad de la «buena vida»; el *hiperconsumo* proporciona una red de falsa seguridad, un escape imaginario hacia la seguridad que estimula fácilmente la necesidad subjetiva para el disfrute. Esto a menudo resulta en un tira y afloja en el existencialismo interno como las personas de la tripulación Southside que terminan sin saber qué es real y qué es falso; pierden sus puntos de referencia ontológicos. Su vida en el hogar es «aburrida», como se suele decir, se presenta desnuda ante ellos, mientras que, al mismo tiempo, se van dando cuenta poco a poco de que la esencia onírica de lo que pensaban que era en realidad no es nada. Lo que están haciendo es mirar reflexivamente «acerca de su vida» y solo sienten al mirarse en profundidad un desierto y personal abismo; una tierra de nadie donde lo falso es real y lo real es falso.

Los jóvenes británicos emplean uno (o una combinación) o varios métodos para enfrentarse y paliar esta sensación deprimente: a) salir a la ciudad cuando llegan a casa para revivir rápidamente los recuerdos y las transgresiones de origen como parte de su ser; b) iniciar la planificación / ahorrar para las próximas vacaciones, posiblemente en Ibiza; c) ir imperiosamente a Ibiza de nuevo el mismo verano o incluso no volver a casa y quedarse por allí. Su regreso a Ibiza también es reforzado por una cantidad importante de marketing en torno a las «fiestas», los estrenos de las compilaciones sobre los clubs de Ibiza que estimulan los recuerdos de los «buenos tiempos» y los discursos continuos que giran en torno al ocio y el tiempo online (en el pub, en Facebook) sobre la magia percibida de Ibiza. Algunos asisten a los mismos clubs de Ibiza con franquicia en el Reino Unido, van a las fiestas y compran los CDs de recopilación del verano de Ibiza. Esto les ayuda a reavivar los recuerdos y por lo que estamos hablando también fomenta, por tanto, la mercantilización de la nostalgia que proporciona el impulso personal de pensar en volver.

Conclusión

Este trabajo demuestra que las conductas y comportamientos desviados y de riesgo de los turistas británicos se refieren tanto a lo que hacen / quienes están en el extranjero como lo que hacen / quienes permanecen en casa. La justificación para «jugar duro» en vacaciones, dicen estos jóvenes turistas británicos, evoluciona desde la presión para «trabajar duro». Sin embargo, algunos dicen que el trabajo es «aburrido», mientras que otros no muestran un compromiso u otro tipo de valoración del trabajo significativo en su vida cotidiana. De hecho, el trabajo es incierto y precario (Standing, 2011). En mi opinión, esta confirmación parece más afín a un creciente compromiso con una vida de ocio y el papel de los estilos de vida de los consumidores y esto se evidencia en las actitudes hedonistas que los jóvenes británicos de clase obrera exhiben en las ciudades la mayoría de los fines de semana en el Reino Unido (Hayward y Hobbs, 2007; Hall et al, 2008); donde el trabajo tiene poco valor como medio de construcción de la identidad, donde una vida de ocio llena ese vacío. Esto no implica sugerir que estos jóvenes construyen sus vidas como «seres libres» como a algunos de los liberal-pluralistas les gustaría pensar, sino que en su lugar toman decisiones conscientes e inconscientes en el marco de un aumento de la prevalencia de función del ocio y el capitalismo de consumo.

Con la llegada de las vacaciones, hay una amplificación del «juego» (en casa) a «jugar más duro» (en el extranjero). Este salto/evolución de «trabajar duro / jugar duro» a «jugar / jugar más duro», me atrevo a sugerir, se ha producido a través de una mezcla de cambios tanto estructurales como sociales del mercado laboral de los jóvenes y las campañas de marketing estratégicas que hacen una serie de cosas: a) hacer anuncios evidentes de ocio y de la «buena vida» (que implica una vida apartada del mundo laboral); el cual, a su vez, b) resuena en algunos grupos de la clase trabajadora que, o bien tienen posiciones precarias, inciertas en el mercado de trabajo (estudiantes, desempleados o aquellos con puestos temporales) y otros que tienen bastantes trabajos de 9 a 5; c) creando así el impulso necesario para una vida de ocio que, para la mayoría de las personas en mi estudio, se manifiesta por una premisa de tomar decisiones impulsivas para gastar dinero / «experimentar» la vida / hacer cosas «locas». Algunos de estos cambios sociales sin duda nos han afectado a todos nosotros, pero me he preocupado de cómo estos procesos han dado forma a una población en particular; que es a un pequeño grupo de jóvenes trabajadores británicos la forma en que tratan la «experiencia» de su día de fiesta para la construcción de los «buenos tiempos».

Es esta ideología cultural de «ocio» y «juego» la que impulsa a gente como la tripulación Southside a participar en conductas desviadas y de riesgo en el extranjero. En casa, están acostumbrados a beber, consumir drogas y tener diversas formas lúdicas de manera irregular y llevar a cabo conductas de riesgo —estas acciones son parte de su hábito (Bourdieu, 1984)— y por lo tanto, no debería ser ninguna sorpresa que estas prácticas sean, a menudo, lo que ellos inician cuando se pueden encontrar en cualquier momento los dilemas en casa en los espacios que están específicamente diseñados y simbólicamente por su «fiestón» (Billig, 1995; Miles, 2010). Después de todo, de una manera u otra, han llegado a saber que esto es lo que se espera de ellos, y subconscientemente lo que esperan de sí mismos. Porque la fiesta es un período finito de tiempo, que debe ser aprovechada y exprimida tanto como sea posible antes de la inevitable vuelta a la banalidad de la rutina; el período de tiempo fijo actuando a menudo como una justificación al poder a través sobre todo, cuando la autodeconstrucción comienza a separar algunos de los fracasos de la vida del hogar —que sólo amplifica la necesidad de sacar el máximo provecho de ella. En el extranjero son anónimos y racionalizaron una nueva permisividad que les refuerza personal y socialmente, permitiendo la experimentación y la exploración de los reinos más profundos de sus fetiches y fantasías en el espacio complejo, que felizmente coincide con esos intereses... siempre y cuando el dinero se gaste.

Sin embargo, todo lo que les rodea es lo mismo, las personas con las que están, la ropa que llevan y no parecen tener la curiosidad? cultural a atreverse a explorar fuera de la localidad: la única opción para la mayoría es permanecer en la zona turística, dedicándose al *hiperconsumo*, transgredir y hacer una especie de versión de las memorias de las cámaras digitales mediante la participación en actividades desviadas y de riesgo extremo para crear prestigio social y envidia por sus actividades legendarias. Muy a menudo, aunque esto puede acabar mal y muchos con lesiones o en el hospital, no les importa, ya que han llegado a creer que los comportamientos son muy corrientes. Cuando las vacaciones llegan a su fin, una crisis personal sobreviene para la mayoría, y se intenta paliar entregándose al exceso y el consumo de fin de semana tan pronto como llegan a casa, reviven los momentos Ibiza / conversaciones en el pub, y / o vuelven a Ibiza tan pronto como sea posible —tal vez incluso para trabajar. Esta toma de conciencia no sólo ayuda con un razonamiento para apoderarse de la realidad tanto como sea posible —para encender— como lo hacen para tentar de nuevo a Ibiza para revivir los «tiempos locos» y / o los «buenos viejos tiempos».

No hay pues, una patología en juego en los comportamientos que exhiben en el extranjero, ya que están en un ciclo perpetuo, no sólo para consumir y vivir de acuerdo con este consumo como medio de construcción de la identidad —que por cierto les constriñe— sino que están igualmente obligados a transgredir como una manera de tratar de fugarse del control sobre su vida. Aquí desempeñar las funciones de los fines de semana, fiestas, megaeventos, y, en el contexto de mi trabajo, las vacaciones, y este férreo control del sistema social tiene sobre sus súbditos. Por lo tanto, las conductas desviadas y de riesgo en el extranjero están incrustadas tanto culturalmente, ya que se refuerzan; como socialmente, y por lo tanto convertirse en lo más subjetivamente razonada, ya que son estructuralmente y espacialmente animadas.

Referencias

- ANDREWS, H. (2008) «Tits out for the boys and no back chat: Gendered space on holiday», *Space and Culture*, 12(9) 166-182.
- BILLIG, M. (1995) *Banal Nationalism*, London: Sage.
- BELLIS, M. AND HUGHES, K. (2008) «Comprehensive strategies to prevent alcohol-related violence», *IPC Review*, 2, 137-168.
- BOURDIEU, P. (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, London: Routledge.
- BRIGGS, D. (2013) *Deviance and Risk on Holiday: An Ethnography of British tourists in Ibiza*, London: Palgrave.
- CALAFAT, A., BLAY, N., BELLIS, M., HUGHES, K., KOKKEVI, A., MENDES, F., CIBIN, B., LAZAROV, P., BAJCAROVA, G., BOYIADJIS, G., DUCH, M. A., JUAN, M., MALALHÃES, C., MENDES, R., PAVLAKIS, A., SIAMOU, I., STAMOS, A., AND TRIPOLI, S. (2010) *Tourism, Nightlife and Violence: A Cross Cultural Analysis and Preventative Recommendations*, Palma de Majorca: IREFREA.
- GUERRIER, Y. AND ADIB, A. (2003) «Work at leisure and leisure at work: A study of the emotional labour of tour reps», *Human Relations*, 56(11) 1399-1417.
- HALL, S., WINLOW, S. AND ANCRUM, C. (2008) *Criminal Identities and Consumer Culture: Crime, Exclusion and the New Culture of Narcissism*, Cullumpton: Willan.
- HAYWARD, K. AND HOBBS, D. (2007) «Beyond the binge in “booze Britain”: Market-led liminalization and the spectacle of binge drinking», *British Journal of Sociology*, 58(3) 437-456.

- HUGHES, K., BELLIS, M. AND CHAUDRY, M. (2004) «Elevated substance use in casual labour at international nightlife resorts: A case control study», *International Journal of Drug Policy*, 15(3) 211-215.
- O'REILLY, K. (2000) *The British on the Costa del Sol: Transnational identities and local communities*, London: Routledge.
- STANDING, G. (2011) *The Precariat: The new «dangerous» class*, London: Bloomsbury.